

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ІНСТИТУТ МИСТЕЦТВ
КАФЕДРА ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА



О. Б. Жильцов
«31» _____ 2019 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ВИСТАВКОВИЙ ТА РЕКЛАМНИЙ ДИЗАЙН

для студентів спеціальності 023 «Образотворче мистецтво, декоративне
мистецтво, реставрація»
освітнього рівня другого (магістерського)
освітньої програми 023.00.01 «Образотворче мистецтво»
спеціалізації «Художня культура та арт-менеджмент»




Київ – 2019

Розробник: Кашшай О.С., старший викладач кафедри образотворчого мистецтва Інституту Мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка

Викладач: Кашшай О.С., старший викладач кафедри образотворчого мистецтва Інституту Мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка


Робочу програму розглянуто і затверджено схвалено на засіданні кафедри образотворчого мистецтва Інституту мистецтв

Протокол від № 1 від «16» січня 2019 р.


Завідувач кафедри
образотворчого мистецтва  О.В.Школьна

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми
023.00.01 «Образотворче мистецтво»

«___» _____ 2019 р.

Гарант освітньо-професійної програми
023.00.01 «Образотворче мистецтво»  О.В. Школьна

Робочу програму перевірено
«___» _____ 2019 р.

Заступник директора
з науково-методичної та навчальної роботи  А. О. Таранник

Пролонговано:

На 20__/20__ н.р. _____ (підпис) (_____) (ПІБ), «___» 20__ р., протокол № __

На 20__/20__ н.р. _____ (підпис) (_____) (ПІБ), «___» 20__ р., протокол № __

На 20__/20__ н.р. _____ (підпис) (_____) (ПІБ), «___» 20__ р., протокол № __

На 20__/20__ н.р. _____ (підпис) (_____) (ПІБ), «___» 20__ р., протокол № __

1. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ВИСТАВКОВИЙ ТА РЕКЛАМНИЙ ДИЗАЙН»

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	вибіркова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	4/120	
Курс	5	
Семестр	10	10
Кількість змістовних модулів	2	
Обсяг кредитів	4	4
Обсяг годин, в тому числі:	120	120
Аудиторні	32	16
Модульний контроль	8	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	80	104
Форма семестрового контролю	залік	залік

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ВИСТАВКОВИЙ ТА РЕКЛАМНИЙ ДИЗАЙН»

Мета викладання навчальної дисципліни – формування у студентів спеціальності 023 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація» базових знань у галузі виставкового та рекламного дизайну, його розвитку в історичному та культурному контексті; розуміння сучасних стилістичних та формальних тенденцій, що панують у світі, а також вивчення комп’ютерних програм, призначених для роботи в зазначеній галузі.

Завдання вивчення навчальної дисципліни:

- розвиток вміння самостійного реалізовувати дизайн-макети;
- оволодіння практичними вміннями та навичками, необхідними для втілення власних дизайн-проектів.
- ознайомлення з етапами реалізації виставково-реklamного дизайну: від художнього втілення графічними та комп’ютерними засобами до реалізації в матеріалі та друку;
- засвоєння ключових понять і принципів теорії дизайну;
- вивчення сучасних стилів, концепцій, видів дизайну у виставково-реklamній сфері;
- ознайомлення з сучасними вимогами до проектів виставково-реklamного дизайну, вивчення найкращих світових проектів.

Курс спрямований на формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок в сфері виставкового та рекламного дизайну, які він міг би успішно реалізувати у своїй професійній діяльності.

Впродовж опанування навчальної дисципліни передбачено формування наступних базових компетенцій:

теоретичної:

- розуміння специфіки еволюції дизайну у виставково-художній сфері, його призначення, основних характеристик та відмінностей;
- формування широти кругозору, вміння бачити та використовувати різні види мистецтва для створення гармонійних та сучасних проектів у сфері виставкового та рекламного дизайну;
- здатності до самостійного аналізу та оцінки якості творів виставкового та рекламного дизайну;
- розуміння базових принципів творів виставкового та рекламного дизайну – ідеї, теми, формальних прийомів та ін..
- володіння фаховою термінологією.

художньо-практичної:

- формування базових уявлень про етапи створення цілісного проекту виставково-художнього дизайну від ескізу до його практичної реалізації;
- розуміння сучасних вимог до дизайну якісної рекламної продукції;
- знайомство з комплексом технічних аспектів у процесі створення рекламного дизайну;
- здатності самостійно та послідовно реалізовувати рекламно-дизайнерські проекти: від графічних замальовок, вибору ідеї, побудови композиції, взаємоз'язку всіх елементів, втілення у професійних комп'ютерних програмах, друку;
- оволодіння практичними вміннями та навичками реалізації графічних дизайн-проектів рекламної продукції в комп'ютерних програмах.

художньо-творчої:

- здібність створювати концепції виставкового та рекламного дизайну для власної творчої діяльності;
- вміння творчо втілювати ідеї виставкових та рекламних проектів в рекламній продукції, компетентно виконувати завдання замовників;
- розуміння поняття «ідея» дизайн-проекту та вміння знаходити оптимальні образотворчі засоби та технічні шляхи для її втілення.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- основні поняття теорії дизайну;
- головні елементи теорії дизайну;
- різновиди графічного дизайну;
- види виставкового дизайну;
- основні стилі мистецтва;

- елементи та складові фірмового стилю;
- програми Adobe Photoshop, Illustrator, Indesign, Corel Draw.

вміти:

- створювати проекти виставкового-рекламного дизайну з урахуванням всіх базових законів теорії дизайну;
- виконувати творчі роботи у вигляді рекламного буклету, плакату, афіші, товарного знаку, логотипу та інших видів графічного дизайну;
- розробляти фірмовий стиль підприємства;
- працювати з растровою графікою в програмі Adobe Photoshop використовуючи стандартні об'єкти малювання;
- редагувати зображення, створювати нові зображення;
- працювати з колірними каналами, фільтрами.

Програмні результати навчання:

- Здатність діяти в соціумі з урахуванням світоглядних орієнтирів інших членів суспільства, навчатися й працювати
- Здатність усвідомлювати власну причетність до традицій і цінностей національної культури, спрямовувати власну творчість на соціальні проблеми, дотримуватися етичних принципів у професійній діяльності.
- Володіння методами міжособистісних комунікацій, дотримуючись норм толерантності. Здатність до творчого та професійно-ділового спілкування із застосуванням фахової термінології.
- Володіння знаннями в галузі сучасних інформаційних технологій, здатність застосовувати їх у професійній діяльності.
- Здатність вести мистецьку діяльність, знання особливостей художньої мови.
- Здатність до навчання й самостійної науково-дослідної діяльності
- Знання сучасних наукових досягнень, у тому числі міждисциплінарній галузі, здатність вести самостійну дослідницьку діяльність у галузі мистецтва на базі отриманих знань з фахових дисциплін
- Уміння брати на себе функції лідера у колективі, організовувати роботу художніх колективів, виконувати оригінальні творчі проекти, проводити майстер-класи, дискусії на мистецьку тематику.
- Уміння використовувати характерні особливості художньо-образної мови різних видів та жанрів мистецтва, розуміння зв'язків образотворчого мистецтва з іншими видами мистецтва, природним і культурним середовищем життєдіяльності людини.
- Уміння генерувати та втілювати нові оригінальні ідеї для досягнення творчих цілей. Готовність підвищити рівень власних професійних компетентностей, вивчати досвід роботи провідних зарубіжних та українських митців.

- Уміння вести як індивідуальну, так і брати участь у колективній експозиційній, галерейній, музейній діяльності, створювати творчі проекти, метою яких є демонстрування мистецького потенціалу країни на міжнародній арені, ознайомлення з вітчизняним культурним спадком світової спільноти
- Уміння працювати з об'ємною, правдоподібною та суперечливою інформацією, критично оцінювати інформацію, використовувати власний досвід, відомості з суміжних галузей
- Уміння здійснювати управління іншими членами колективу, досягати поставленої робочої мети, спрямовувати діяльність людей на поставлене завдання
- Уміння реалізовувати на практиці власну концепцію творчого проекту, користуючись передовим досвідом зарубіжних і вітчизняних колег, застосовувати на практиці теоретичні знання, отримані під час навчання, а також власний досвід
- Володіння навичками вести професійну діяльність, прийомами професійного спілкування, нести соціальну відповідальність за результати своєї професійної праці
- Уміння рахуватися з соціальними нормами та правами інших людей, прагнути до повсякчасного та максимального розгортання життєвого потенціалу власної особистості
- Уміння особистості взаємодіяти з оточуючим соціальним середовищем, будувати партнерські стосунки, здатність до кооперації, достатній рівень комфортності для того, щоб не йти врозріз з вимогами суспільства

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

тематичний план для денної форми навчання

Назва змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторна					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль I. Основи рекламного дизайну у художньо-виставковій сфері							
Тема 1. Дизайн як мистецтво проектування. Класифікація видів рекламного дизайну	2	2					10
Тема 2. Сутність і складові рекламного дизайну	14	2		2			10
Тема 3. Сучасний рекламний дизайн	16	2		4			10
Тема 4. Рекламний дизайн у художньо-виставковій сфері	14	2		2			10
Модульний контроль	4						
Разом	60	8		8			40
Змістовий модуль II. Основи виставкового дизайну							
Тема 5. Сутність і складові виставкового дизайну	12	2					10
Тема 6. Виставковий дизайн у художній сфері	16	2		4			10
Тема 7.Сучасний виставковий дизайн	12	2					10
Тема 8. Дизайн виставкових стендів	16	2		4			10
Модульний контроль	4						
Разом	60	8		8			40
Підготовка та проходження контрольних заходів							
Усього	120	16		16			80

тематичний план для заочної форми навчання

Назва змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторна					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль I. Основи рекламного дизайну у художньо-виставковій сфері							
Тема 1. Дизайн як мистецтво проектування. Класифікація видів рекламного дизайну	12	2					14
Тема 2. Сутність і складові рекламного дизайну	14	2					14
Тема 3. Сучасний рекламний дизайн	16			2			12
Тема 4. Рекламний дизайн у художньо-виставковій сфері	14			2			12

Модульний контроль						
Разом	60	4		4		52
Змістовий модуль II. Основи виставкового дизайну						
Тема 5. Сутність і складові виставкового дизайну	12	2				14
Тема 6. Виставковий дизайн у художній сфері	16			2		12
Тема 7. Сучасний виставковий дизайн	12	2				14
Тема 8. Дизайн виставкових стендів	16			2		12
Модульний контроль						
Разом	60	4		4		52
Підготовка та проходження контрольних заходів						
Усього	120	8		8		104

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. ОСНОВИ РЕКЛАМНОГО ДИЗАЙНУ У ХУДОЖНЬО-ВИСТАВКОВІЙ СФЕРІ

ТЕМА 1. Дизайн як мистецтво проектування. Класифікація видів рекламного дизайну (2 год.)

Лекція (2 год.). Визначення дизайну як виду художньо-конструкторського проектування. Дизайн як проектна діяльність. Дизайн як мистецтво. Предмет, цілі, завдання дизайну. Теорія дизайну.

Об'єкти дизайну. Невичерпаність об'єктів дизайну в матеріальному середовищі: від промислового виробу в будь-якій сфері життєдіяльності людей до віртуального(соціальні мережі, сайти та ін.).

Класифікація видів дизайну. Графічний дизайн. Видавнича діяльність і реклама. Комунікаційний дизайн. Промисловий дизайн. Дизайн інтер'єру і ландшафтний дизайн.

Основний метод дизайну. Художньо-образне моделювання об'єкту дизайн-проектування за допомогою композиційного формування.

Програми для створення проектів. Огляд та опис програм, необхідних для видавничої діяльності і розробки реклами.

Основні поняття теми: дизайн, теорія дизайну, об'єкти дизайну, види дизайну, графічний дизайн, метод дизайну, дизайн-проект, програми для створення дизайн-проектів.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [5].

Додаткова: [1], [2], [3], [6], [7], [8], [9], [17], [18], [19].

ТЕМА 2. Сутність і складові рекламного дизайну (4 год.)

Лекція (2 год.). Рекламний дизайн: характеристика, особливості, види. Предмет рекламного дизайну як створення гармонійних, змістовно виразних форм об'єкта, що рекламується, в якому відбивається цілісне значення його

цінності для споживача.

Образ як ідеальне уявлення про об'єкт, як художньо-образна модель, створена художником.

Функція, яку повинен виконувати виріб та її відображення у дизайні реклами.

Смислова, знакова і ціннісна роль об'єкту дизайн-проектування.

Морфологія як будова і структура форми виробу, організована відповідно до його функції матеріалом і способом виготовлення.

Технологічна форма як морфологія, втілена в способі промислового виробництва об'єкту дизайн-проектування в результаті художнього осмислення технології.

Практичне заняття (2 год.). Створити ескіз дизайн-макету зовнішньої реклами художньої виставки для наступних носіїв: біг-борд, сіті-лайт.

Матеріали, інструменти для створення ескізів за вибором студента.

Виконання ескізів (1 год.)

Розробити згідно обраній концепції принциповий макет рекламного носія на папері. В оформленні активно використати колір. Застосовувати шрифти та каліграфічне написання текстів.

Виконання оригіналу (1 год.)

Виконати в комп'ютерній програмі згідно розробленого ескізу оригінал рекламних носіїв. Використати можливості багатостовпного набору та верстки ілюстрацій.

Рівномірно розподілити ілюстративний матеріал. Виділити акценти кольором та розміщенням.

Основні поняття теми: рекламний дизайн, предмет рекламного дизайну, образ, функція, ціннісна роль об'єкту дизайн-проектування, структура форми виробу.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [7], [6], [7], [8], [9].

ТЕМА 3. Сучасний рекламний дизайн (6 год.)

Лекція (2 год.). Види сучасного рекламного дизайну. Вимоги суспільства до сучасного рекламного дизайну. Розвиток технологій як мотивація для розвитку нових медіа, видів та форм реклами. Світові лідери по створенню сучасної реклами. Наука як мотивація для нових видів реклами. Розвиток сучасного мистецтва як можливість застосування нових образотворчих форм у сучасній рекламі.

Способи організації композиції в дизайні реклами. Врівноваженість композиції. Співвідношення форм. Види рівноваги. Домінанта як композиційний центр. Побудова простору.

Естетична цінність. Сприймання об'єкту дизайн-проектування людиною.

Естетичний та психо-емоційний вплив, чуттєве переживання. Оцінки ступеня відповідності об'єкту естетичному ідеалу суб'єкта.

Види POS-матеріалів: воблери; мобайли; лайнери; шелф-токери; стенди, павуки та інші рекламні конструкції; муляжі; стоппери; диспенсери; прапорці та гірлянди; упаковка; цінники; наклейки; листівки та флаєри; брошури; буклети; каталоги; сувенірна продукція.

Практичне заняття (4 год.). Розробити та виконати в комп'ютерній програмі ескіз буклету формату А4 художньої виставки згідно обраних концепції.

Матеріали та інструменти за вибором студента. Передбачити наявність фальцувань та їх кількість (не менше двох).

Виконання ескізів (2 год.)

Розробити згідно обраних концепції принциповий макет рекламного буклету на папері. В оформленні активно використати колір. В компоновці ілюстративного та текстового матеріалів відійти від стандартних рішень.

Виконання оригіналу (2 год.)

Виконати в комп'ютерній програмі згідно розробленого ескізу оригінал буклету. Використати можливості багатостовпного набору та верстки ілюстрацій.

Рівномірно розподілити ілюстративний матеріал. Виділити акценти кольором та розміщенням.

Основні поняття теми: види рекламного дизайну, врівноваженість композиції, співвідношення форм, види рівноваги, домінанта, композиційний центр, побудова простору, POS-матеріали.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4].

Додаткова: [4], [9].

ТЕМА 4. Рекламний дизайн у художньо-виставковій сфері (4 год.)

Лекція (2 год.). Виставкова сфера як вид ринкової діяльності. Види реклами в художньо-виставковій сфері. Історія розвитку виставкових афіш: видатні художники, що створювали афіші до виставок та їх твори.

Сучасна реклама художніх виставок. Реклама виставок в Україні: специфічні риси становлення і розвитку в умовах Незалежності. Еволюція художніх форм рекламних афіш до культурних подій, створених вітчизняними операторами арт-ринку. Образотворчі особливості рекламної продукції антикварного арт-ринку та ринку сучасного мистецтва. Реклама мистецьких заходів та культурних ініціатив сучасності.

Практичне заняття (2 год.). Створити рекламний плакат художньої виставки, використовуючи відповідні художні засоби рекламного плакату, розробити ескізи і виконати один варіант в комп'ютерній програмі.

Формат плаката в матеріалі – А3.

Матеріали та інструменти для ескізу – за вибором студента.

Виконання пошукових ескізів (1 год.)

Зібрати максимально повну інформацію з обраної теми. Провести аналіз подібних обраних темі плакатів. Виявити характерні ознаки композиційних рішень, сучасні тенденції розвитку плакатного мистецтва. Розробити авторську концепцію рішення теми. Провести ескізні пошуки принципових композиційних побудов. Визначити оптимальний варіант композиційного рішення. Вибрати технологічні та графічні засоби виконання оригіналу плаката. Вибрати та затвердити остаточну композиційну схему побудови плаката.

Виконання оригіналу плаката (1 год.)

Виконати у розмірі робочий ескіз плаката («картон») згідно з вибраним форматом, спираючись на розроблений і затверджений ескіз композиційного рішення та зібраний підготовчий матеріал: малюнки, фотографічні матеріали тощо. Перенести ескіз («картон») остаточного варіанту композиції плаката в комп'ютерну програму.

Основні поняття теми: еволюція художніх форм, афіші виставкових подій, афіші мистецьких заходів, афіші культурних ініціатив.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. ОСНОВИ ВИСТАВКОВОГО ДИЗАЙНУ

ТЕМА 5. Сутність і складові виставкового дизайну (2 год.)

Лекція (2 год.). Загальний зміст виставкового дизайну. Художній та комерційний образ дизайну виставкового середовища як синтез роботи дизайнерів та маркетологів.

Організація композиції виставкового середовища та виставкового стенду. Засоби предметної композиції виставкового середовища та виставкового стенду.

Побудова простору у виставковому дизайні. Врівноваженість композиції. Співвідношення форм. Види рівноваги. Домінанта як композиційний центр. Оптичні (зорові) ілюзії.

Основні поняття теми: виставковий дизайн, зміст виставкового дизайну, художній та комерційний образ, організація композиції, засоби предметної композиції, побудова простору.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [5].

Додаткова: [1], [2], [3], [6], [7], [8], [9], [17], [18], [19].

ТЕМА 6. Виставковий дизайн у художній сфері (6 год.)

Лекція (2 год.). Виставковий дизайн як гармонійне поєднання архітектурного, інтер'єрного та графічного напрямків дизайну.

Елементи виставкового дизайну: архітектурні (стенд, приміщення для переговорів, підсобне приміщення для стендистів), графічні (рекламна продукція, іміджі на загальних площах стенду), приладдя (демонстраційні столи, вітрини, стійки, техніка).

Професійний інженерний та технічний супровід дизайнерів: виставкові стенди-мобілі з рухомими механічними елементами, 3D-моделями, шумовими та світловими ефектами.

Мистецтво виставкового дизайну як платформа для організації ефективної участі у виставці. Виставковий дизайн як оформлення загального інтер'єру куточка виставки, зайнятого компанією.

Практичне заняття (4 год.). Виконання ескізного проекту художньої виставки (тематика за вибором студента – живопис, графіка, скульптура, ювелірні вироби тощо).

Виконати розгортку дизайн-проекту експозиції виставки.

Матеріали: папір ватман А3, кольоровий папір, акварель, гуаш, фломастери, туш, аплікація.

Інструменти: перо, пензлі, клей, ножиці, ніж, циркуль, лінійка.

Пошукові ескізи (2 год.)

Виконати ряд пошукових ескізів. Визначити принципові схеми розміщення експонатів, зонування, просторове розміщення, загальну тональність та колорит. Відібрати остаточний варіант і затвердити.

Виконання чистового варіанта (2 год.)

Виконати чистовий варіант в будь-якій комп'ютерній програмі з урахуванням фактур, фотоматеріалів.

Основні поняття теми: виставковий дизайн, елементи виставкового дизайну, інженерний та технічний супровід, стенди-мобілі.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [7], [6], [7], [8], [9].

ТЕМА 7. Сучасний виставковий дизайн (2 год.)

Лекція (2 год.). Види сучасного виставкового дизайну. Вимоги суспільства до сучасного виставкового дизайну. Розвиток технологій як мотивація для розвитку нових медіа, видів та форм виставкового дизайну. Світові лідери по створенню сучасного виставкового дизайну. Наука як мотивація для нових видів виставкового дизайну. Нові матеріали та досягнення технологій у боротьбі за споживача. Розвиток сучасного мистецтва як можливість застосування нових образотворчих форм у сучасному виставковому дизайні.

Види дизайну, що задіяні у художньо-виставковій та рекламній сфері.

Аналіз утилітарних і естетичних запитів певних груп споживачів, особливості середовища використання і сприйняття об'єкта, аналіз функції об'єкту (як засоби наочного забезпечення відповідних потреб), конструкційних та оздоблювальних матеріалів і технології виготовлення виробів.

Основні поняття теми: види виставкового дизайну, форми виставкового дизайну, нові медіа у виставковому дизайні, утилітарні та естетичні запити суспільства та їх реалізація у виставковому дизайні.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4].

Додаткова: [4], [9].

ТЕМА 8. Дизайн виставкових стендів (6 год.)

Лекція (2 год.). Комплексне оформлення стенду як складний професійний проект по реалізації конкретних ідей та завдань. Виставковий дизайн як синтез архітектури, інтер'єрного та графічного дизайну. Стенд як архітектурна конструкція. Стенд як оформлення інтер'єру, спроектованого у відповідності з завданням.

Виставковий дизайн як розробка функціональних якостей виставкового стенду. Складові виставкового дизайну. Візуальне та естетичне сприйняття стенду. Наочне формування необхідного образу фірми-експонента з точки зору сприйняття відвідувачами виставки.

Фактори формування художнього образу стенду: форма павільйону, розташування в павільйоні, конфігурація стенда, наявність вже існуючих або придбання нових виставкових систем і матеріалів. Визначення місця і конфігурації стенду. Формальна структура конфігурацій та пошук композиції стенду.

Практичне заняття (4 год.). Виконання ескізного проекту стенду галереї на Б'єнале сучасного мистецтва (галерея – за вибором студента чи умовна).

Виконати розгортку дизайн-проекту стенду галереї.

Матеріали: папір ватман А3, кольоровий папір, акварель, гуаш, фломастери, туш, аплікація.

Інструменти: перо, пензлі, клей, ножиці, ніж, циркуль, лінійка.

Пошукові ескізи (2 год.)

Виконати ряд пошукових ескізів. Визначити композицію стенду, розміщення стойки, принципові схеми розміщення експонатів, зонування, просторове розміщення, загальну тональність та колорит. Відібрати остаточний варіант і затвердити.

Виконання чистового варіанта (2 год.)

Виконати чистовий варіант в будь-якій комп'ютерній програмі з урахуванням фактур, фотоматеріалів.

Основні поняття теми: стенд як архітектурна конструкція, функціональні

якості виставкового стенду, візуальне та естетичне сприйняття стенду, фактори формування художнього образу стенду.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ СТУДЕНТІВ

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль I		Модуль II	
		Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	4	4	4	4
Відвідування семінарських занять	1	Не передбачено навчальним планом			
Відвідування практичних занять	1	4	4	4	4
Робота на семінарському занятті	10	Не передбачено навчальним планом			
Робота на практичному занятті	10	4	40	4	40
Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)	10	Не передбачено навчальним планом			
Виконання завдань для самостійної роботи	5	4	20	4	20
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом		-	93	-	93
Максимальна кількість балів:		186			
Розрахунок коефіцієнта:		$186 : 100 = 1,86$			

6.2. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ТА КРИТЕРІЇ ЇЇ ОЦІНЮВАННЯ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. ОСНОВИ РЕКЛАМНОГО ДИЗАЙНУ У ХУДОЖНЬО-ВИСТАВКОВІЙ СФЕРІ.

ТЕМА 1. Дизайн як мистецтво проектування. Класифікація видів рекламного дизайну (10 год.)

I. Теоретична частина. Підготовка реферату за однією з визначених тем:

1. Визначення дизайну як виду художньо-конструкторського проектування.
2. Дизайн як проектна діяльність.
3. Дизайн як мистецтво.
4. Предмет, цілі, завдання дизайну.
5. Теорія дизайну. Відмінність дисципліни від практики дизайну.

6. Об'єкти дизайну.
7. Класифікація видів дизайну.
8. Графічний дизайн.
9. Видавнича діяльність і реклама.
10. Медіа-дизайн

II. Практична частина.

Огляд та опис програм, необхідних для видавничої діяльності і розробки реклами.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [5].

Додаткова: [1], [2], [3], [6], [7], [8], [9], [17], [18], [19].

ТЕМА 2. Сутність і складові рекламного дизайну (10 год.)

I. Теоретична частина. Підготовка реферату за однією з визначених тем:

1. Рекламний дизайн: характеристика, особливості, види.
2. Предмет рекламного дизайну.
3. Образ реклами як ідеальне уявлення про об'єкт.
4. Сміслова, знакова і ціннісна роль об'єкту дизайн-проектування.
5. Форма виробу в дизайні.
6. Рекламний дизайн Америки другої половини XX ст.
7. Рекламний дизайн Європи другої половини XX ст.
8. Рекламний дизайн СРСР другої половини XX ст.
9. Рекламний дизайн України другої половини XX ст.
10. Вираження функцій виробу в дизайні реклами.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [7], [6], [7], [8], [9].

ТЕМА 3. Сучасний рекламний дизайн (10 год.)

I. Теоретична частина. Підготовка реферату за однією з визначених тем:

1. Види сучасного рекламного дизайну.
2. Вимоги суспільства до сучасного рекламного дизайну.
3. Розвиток технологій як мотивація для розвитку нових медіа, видів та форм реклами.
4. Світові лідери по створенню сучасної реклами.
5. Наука як мотивація для нових видів реклами.
6. Розвиток сучасного мистецтва як можливість застосування нових образотворчих форм у сучасній рекламі.
7. Способи організації композиції в дизайні реклами.
8. Естетична цінність рекламного дизайну.
9. Сприймання об'єкту дизайн-проектування людиною.

10. Естетичний та психо-емоційний вплив реклами на людину.

II. Практична частина.

Скласти глосарій на наступні поняття: POS-матеріали, воблери; мобайли; лайнери; шелф-токери; стенди, павуки та інші рекламні конструкції; муляжі; стоппери; диспенсери; прапорці та гірлянди; упаковка; цінники; наклейки; листівки та флаєри; брошури; буклети; каталоги; сувенірна продукція.

Основні поняття теми: види рекламного дизайну, врівноваженість композиції, співвідношення форм, види рівноваги, домінанта, композиційний центр, побудова простору, POS-матеріали.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4].

Додаткова: [4], [9].

ТЕМА 4. Рекламний дизайн у художньо-виставковій сфері (10 год.)

I. Теоретична частина. Підготовка реферату за однією з визначених тем:

1. Виставкова сфера як вид ринкової діяльності.
2. Види реклами в художньо-виставковій сфері.
3. Історія розвитку виставкових афіш.
4. Видатні європейські художники, що створювали афіші до виставок та їх твори.
5. Видатні американські художники, що створювали афіші до виставок та їх твори.
6. Сучасна реклама художніх виставок.
7. Реклама виставок в Україні: специфічні риси становлення і розвитку в умовах Незалежності.
8. Еволюція художніх форм рекламних афіш від кінця XIX до кінця XX ст.
9. Новітня форми реклами виставкових засобів.
10. Інноваційні технології у дизайні реклами.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. ОСНОВИ ВИСТАВКОВОГО ДИЗАЙНУ

ТЕМА 5. Сутність і складові виставкового дизайну (10 год.)

I. Теоретична частина. Підготовка реферату за однією з визначених тем:

1. Загальний зміст виставкового дизайну.
2. Художній та комерційний образ дизайну виставкового середовища як синтез роботи дизайнерів та маркетологів.
3. Організація композиції виставкового середовища та виставкового стенду.
4. Засоби предметної композиції виставкового середовища та виставкового стенду.
5. Побудова простору у виставковому дизайні.

6. Застосування кольору у виставковому дизайні: знайти та проаналізувати кращі зразки стендів.
7. Застосування ефектів композиції у виставковому дизайні: знайти та проаналізувати кращі зразки стендів.
8. Композиційний аналіз виставкового стенду.
9. Оформлення стенду: графічні декорації, флористика, скульптурні елементи, звуковий супровід, світлові ефекти.
10. Варіанти експозиційного розміщення експонатів на стендах.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [5].

Додаткова: [1], [2], [3], [6], [7], [8], [9], [17], [18], [19].

ТЕМА 6. Виставковий дизайн у художній сфері (10 год.)

I. Теоретична частина. Підготовка реферату за однією з визначених тем:

1. Кращі стенди галерей на міжнародних виставках та ярмарках.
2. Виставкові стенди-мобілі.
3. Специфіка формування виставкового дизайну для галерей.
4. Елементи виставкового дизайну у виставковому середовищі музеїв та галерей.
5. Зразки виставкового дизайну в сучасній Америці.
6. Зразки виставкового дизайну сучасній
7. Зразки виставкового дизайну в сучасних країнах Сходу.
8. Виставковий дизайн скандинавських країн.
9. Виставкових дизайн Німеччини.
10. Виставковий дизайн Італії.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4], [5].

Додаткова: [7], [6], [7], [8], [9].

ТЕМА 7. Сучасний виставковий дизайн (10 год.)

I. Теоретична частина. Підготовка реферату за однією з визначених тем:

1. Види сучасного виставкового дизайну.
2. Вимоги суспільства до сучасного виставкового дизайну.
3. Розвиток технологій як мотивація для розвитку нових медіа, видів та форм виставкового дизайну.
4. Світові лідери по створенню сучасного виставкового дизайну.
5. Наука як мотивація для нових видів виставкового дизайну.
6. Нові матеріали та досягнення технологій у боротьбі за споживача.
7. Розвиток сучасного мистецтва як можливість застосування нових образотворчих форм у сучасному виставковому дизайні.
8. Види дизайну, що задіяні у художньо-виставковій та рекламній сфері.
9. Залежність художнього образу реклами від аналізу утилітарних і

естетичних запитів груп споживачів.

10. Залежність художнього образу реклами від вікових та соціально-культурних характеристик споживачів.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [4].

Додаткова: [4], [9].

ТЕМА 8. Дизайн виставкових стендів (10 год.)

I. Теоретична частина. Підготовка реферату за однією з визначених тем:

1. Дизайн стенду як художнє втілення маркетингових цілей.
2. Виставковий дизайн як синтез архітектурного, інтер'єрного та графічного дизайну.
3. Стенд як архітектурна конструкція.
4. Стенд як оформлення інтер'єру.
5. Стенд як витвір дизайну.
6. Складові виставкового дизайну.
7. Візуальне та естетичне сприйняття стенду.
8. Формування художнього образу фірми-експонента з точки зору сприйняття відвідувачами виставки.
9. Художній образ стенду.
10. Формальна конструкція стенду: види, структури, конфігурації та пошук композиції стенду.

Рекомендована література:

Основна: [1], [2], [3], [5].

Додаткова: [6], [7], [8], [9].

КАРТКА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА

Змістовий модуль та теми курсу	Кількість годин	Академічний контроль	Бали
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. Основи рекламного дизайну у художньо-виставковій сфері			
Тема 1. Дизайн як мистецтво проектування. Класифікація видів рекламного дизайну	10	Реферат	5
Тема 2. Сутність і складові рекламного дизайну	10	Реферат	5
Тема 3. Сучасний рекламний дизайн	10	Реферат	5
Тема 4. Рекламний дизайн у художньо-виставковій сфері	10	Реферат	5
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. Основи виставкового дизайну			
Тема 5. Сутність і складові виставкового дизайну	10	Реферат	5
Тема 6. Виставковий дизайн у художній сфері	10	Реферат	5
Тема 7. Сучасний виставковий дизайн	10	Реферат	5
Тема 8. Дизайн виставкових стендів	10	Реферат	5
Разом годин:	80	Разом балів:	40

Кількість балів за під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ своєчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності
- ✓ презентація результатів роботи на семінарських заняттях.

6.3 ФОРМИ ПРОВЕДЕННЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЮ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Модульний контроль проводиться у формі письмової контрольної роботи з урахуванням уніфікованої системи оцінювання навчальних досягнень студентів. Модульний контроль знань та вмінь магістрів проводиться згідно з тематичним планом і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Оцінювання відбувається після підсумкового аналізу письмових робіт студентів. Оцінка модульного контролю здійснюється за 25-бальною шкалою за такими складовими:

Теоретичні питання	5 балів
Тестові завдання	5 балів
Аналіз твору мистецтва по критеріях	10 балів
Оцінювання якості твору мистецтва по критеріях	5 балів
Всього	25 балів

Критерії оцінювання модульного контролю наведено у таблиці.

Критерії оцінювання	К-ть балів
<ul style="list-style-type: none"> • володіє теоретичними знаннями та практичними вміннями на високому рівні, що підтверджується відповіддю на питання контрольної роботи; • продемонстрував здатність робити висновки й обґрунтовувати свою позицію на основі проведених спостережень. 	21 – 25
<ul style="list-style-type: none"> • володіє теоретичними знаннями та практичними вміннями на достатньо високому рівні, що підтверджується відповіддю на питання контрольної роботи; • продемонстрував здатність робити висновки на основі проведених спостережень. 	17 – 20
<ul style="list-style-type: none"> • володіє теоретичними знаннями та практичними вміннями на достатньому рівні, що підтверджується відповіддю на питання контрольної роботи, з допущенням певних помилок; 	13 – 16

<ul style="list-style-type: none"> • продемонстрував недостатні уміння обґрунтовано і самостійно робити висновки на основі проведених спостережень. 	
<ul style="list-style-type: none"> • студент в цілому виявив посередній рівень знань, умінь, що підтверджується відповіддю на питання контрольної роботи; • продемонстрував посередні уміння обґрунтовано і самостійно робити висновки на основі проведених спостережень 	9 – 12
<ul style="list-style-type: none"> • студент виявив лише мінімально можливий допустимий рівень знань, умінь, що підтверджується відповіддю на питання контрольної роботи; • продемонстрував неготовність грамотно і самостійно робити висновки на основі проведених спостережень 	5 – 8
<ul style="list-style-type: none"> • студент виявив незадовільний рівень знань, умінь, що підтверджується відповіддю на питання контрольної роботи; • продемонстрував невміння послідовно, грамотно і самостійно робити висновки на основі проведених спостережень 	1 – 4

6.4. ФОРМИ ПРОВЕДЕННЯ СЕМЕСТРОВОГО КОНТРОЛЮ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Семестровий контроль навчальним планом відповідно до освітньо-професійної програми 023.00.01 «Образотворче мистецтво» передбачений у вигляді заліку, який виставляється, як сума балів за всі форми роботи протягом півріччя.

6.5. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО СЕМЕСТРОВОГО КОНТРОЛЮ

Семестровий контроль навчальним планом відповідно до освітньо-професійної програми 023.00.01 «Образотворче мистецтво» передбачений у вигляді заліку, який виставляється, як сума балів за всі форми роботи протягом півріччя.

6.6. ШКАЛА ВІДПОВІДНОСТІ ОЦІНОК.

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

Разом: 120 год., лекції – 16 год., практичних занять – 16 год., самостійна робота – 80 год., модульний контроль – 8 год.

186 балів
(коефіцієнт успішності: $186 \div 100 = 1,86$)

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА.

Основна:

1. Батра Р., Майерс Д., Дж., Аакер Д. Рекламный менеджмент / Р. Батра, Д. ДжМайерс, Д. Аакер. М.; СПбК.; Киев: 2000. – 312 с. (Наявний в електронній бібліотеці кафедри)
2. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и Public Relations / И. Л. Викентьев. – СПб.: Наука, 2000. – 172 с. (Наявний в електронній бібліотеці кафедри)
3. Джугенхаймер Д. У., Уайтт Г. Н. Основы рекламного дела / Д. У. Джугенхаймер, Г. Н. Уайтт. – Самара.: 2001. – 124 с. (Наявний в електронній бібліотеці кафедри)
4. Кликс Р. Р. Художественное проектирование экспозиций / Р. Р. Кликс. – М.: Высшая школа, 2000. – 368 с. (Наявний в електронній бібліотеці кафедри)
5. Лоренц Я. Дизайн выставок: практическое руководство / Ян Лоренц, Ли Сколник, Крейг Бергер; пер. с англ. П.В.Кодолова. – М. : АСТ : Астрель, 2008. – 256 с. (Наявний в електронній бібліотеці кафедри)

Додаткова

6. Козлов В.А. Работа с молодыми специалистами. // Museum, 1988, № 156. – С. 87-90.
7. Левковец Л. Adobe Indesign CS3. Базовый курс./ Левковец Л. – СПб: ООО «БХВ-Петербург», 2007. – 502 с.
8. Литвинов В.В. Практика современной экспозиции. – М.: Плакат, 1989. – 192 с.
9. Пазынич С.Н. Философия искусства как фактор развития коммуникативной культуры в условиях трансформации общества // Изд. Акад. наук Республики Таджикистан. – Сер. : Философия и правоведение, 2007. – №1-2. – С. 85-93.
10. Панкратова Т. Photoshop 7: Учебный курс / Панкратова Т. – СПб : Питер, 2002. – 138 с.
11. Панкратова Т. Freehand 9: Учебный курс / Панкратова Т. – СПб.: Пи-тер, 2001. – 207 с.
12. Петров Л. Photoshop 7. Для профессионалов / Петров Л. – СПб.: Питер, 2003. – 214 с.
13. Петров Л. Самоучитель CorelDRAW 11/ Петров Л. – СПб.: Питер, 2003. – 112 с.
14. Поліщук А. А. Теорія та практика графіки: навч. посібник / А. А. Поліщук. – К.: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2015. – 198 с.
15. Робин У. Недизайнерская книга о дизайне / Робин У. – СПб.: Весь, 2002. – 137 с.
16. Розенсон И. А. Основы теории дизайна / Яцюк О. – СПб: Питер, 2005 – 216 с.

17. Снарский О. В. Реклама вокруг нас / О. В. Снарский. – К: Реклама, 1993. – 160 с.
18. Ученова В. В., Шомова С. А., Гринберг Т. Э., Конаныхин К. В. Реклама: палітра жанров / В. В. Ученова, С. А. Шомова, Т. Э. Гринберг, К. В. Конаныхин. – М.: Рип-холдинг, 2003. – 96 с.
19. Шпаков В.Н. История всемирных выставок / В.Н. Шпаков. – М.: АСТ: Зебра Е, 2008. – 384 с.
20. Яцюк О. Компьютерные технологии в дизайне/ Яцюк О. – СПб: ООО «БХВ-Петербург», 2003. – 464 с.
21. Яцюк О. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий / Яцюк О. – СПб.: «БХВ-Петербург», 2004. – 240 с
22. Martin M. Pegler Visual Reference Publications,/ Martin M. Pegler 2006 г.– 175 с.